

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, strategi pengembangan potensi Desa Wisata Kedungbenda menerapkan startegi *Strenghts – Oppourtunitie* (SO) dengan rincian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT diuraikan bahwa terdapat faktor-faktor strategis dari lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan (*Strenghts*), terdiri dari memiliki potensi wisata alam, budaya, kuliner, dan religi, berpotensi sebagai wisata edukatif, memiliki ciri khas, letak geografis yang strategis, serta harga yang bersaing. Kelemahan (*Weekness*), terdiri dari kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang mumpuni, kurang intensifnya koordinasi antar pengelola, sumber daya finansial yang tidak menentu, ketersediaan sarana dan prasana yang kurang lengkap, dan transportasi. Peluang (*Oppourtunitie*), terdiri dari pemanfaatan IPTEK untuk promosi, fitur *virtual tourism*, kondisi masyarakat yang ramah, masyarakat masih menjaga kelestarian budaya, dan partisipasi masyarakat yang tinggi terhadap program pengembangan desa wisata. Ancaman (*Threaths*),

terdiri dari pesaing dari desa wisata maju, munculnya desa wisata baru, perkembangan selera masyarakat, pandangan masyarakat luar terhadap atraksi wisata, serta adanya bahaya alam yang tidak dapat diprediksi.

2. Berdasarkan uraian tersebut, pada matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), ditemukan fakta bahwa faktor internal di posisi Kekuatan (*Strenghts*) memiliki bobot nilai lebih besar dengan skor terbobot 1,65 dibandingkan dengan Kelemahan (*Weekness*) hanya memiliki skor terbobot sebesar 1,30. Sedangkan pada matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*), didapatkan hasil skor terbobot peluang (*Oppourtunitie*) sebesar 1,70 dan pada posisi Ancaman (*Threats*) memiliki bobot sebesar 1.27, sehingga posisi mereka berada pada kuadran I dimana kekuatan dan kelemahan memiliki posisi yang unggul dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang dibuktikan dengan selisih perbandingan yang positif. Sedangkan, total skor terbobot dari keseluruhan faktor internal sebesar 2,95 dan faktor eksternal sebesar 2,97. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa pengelola Desa Wisata Kedungbenda masih pada posisi di bawah rata-rata dalam merespon faktor internal dan faktor eksternal yang ada. Oleh karena itu, penerapan strategi yang dilakukan yaitu berfokus pada penggunaan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang dari eksternal. Pilihan strategi *Strenghts – Oppourtunitie* (SO) meliputi:

- a. Mengembangkan berbagai potensi dan mempromosikannya melalui media sosial. Memanfaatkan potensi kearifan lokal yang ada untuk digali dan dikembangkan merupakan langkah awal yang cukup baik untuk mengenalkan kekayaan wisata di Desa Wisata Kedungbenda kepada masyarakat umum melalui pemanfaatan IPTEK untuk promosi rutin di media sosial dan website. Potensi yang ada meliputi, alam, kesenian dan kebudayaan, kuliner, serta religi.
- b. Melibatkan masyarakat dalam setiap program pengembangan daya tarik wisata. Melihat kondisi masyarakat yang sangat partisipatif, ramah, dan masih menjaga kebudayaan hingga kini merupakan peluang yang besar untuk membantu dalam kegiatan pengembangan potensi daya tarik desa wisata.

B. Implikasi

Berdasarkan pada kesimpulan terkait Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Kedungbenda, ternyata faktor yang dominan adalah Kekuatan (*Strenghts*) dan Peluang (*Oppourtunitie*) serta kondisi pengelola yang masih dibawah rata-rata dalam merespon faktor strategis. Oleh karena itu, dapat direkomendasikan kepada pengelola Desa Wisata Kedungbenda adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan potensi wisata yang sudah dikembangkan dan kembali menggali potensi yang belum tersentuh untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi daya tarik wisata.
2. Mengkatifkan kembali akun media sosial dan website yang sudah dibuat dengan cara di up-grade mengenai informasi dan kegiatan yang ada di Desa Wisata Kedungbenda secara rutin.
3. Bekerjasama dan koordinasi dengan masyarakat untuk membantu pengembangan potensi desa wisata.
4. Mengingat respon pengelola rendah terhadap faktor strategis, maka gratis tiket masuk dapat menjadi solusi mendatangkan banyak pengunjung, pemasukan anggaran dari sumber lain bisa lebih diandalkan yaitu melalui biaya parkir yang jauh lebih murah, serta membantu kesejahteraan masyarakat dengan banyak pengunjung yang membeli dagangan mereka.